

**HunterDouglas** 

ELEMENTOS BÁSICOS DEL LOGO

## Elementos Básicos del Logo

Símbolo y Marca	4
Versión principal del logo	5
Logo Vertical A	6
Logo Vertical B	7
Área de restricción y Tamaño mínimo	8
Usos incorrectos del logo	9
Colores del logo	10
Usos incorrectos de color e imágenes	12
Tipografía principal	13
Papelería	14
Aplicaciones del logotipo	15
Formato de solicitud de diseño	16

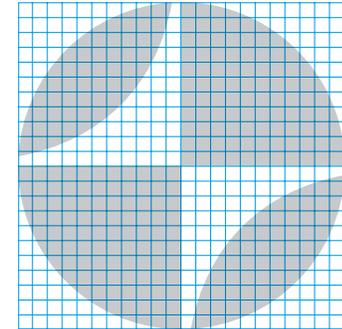
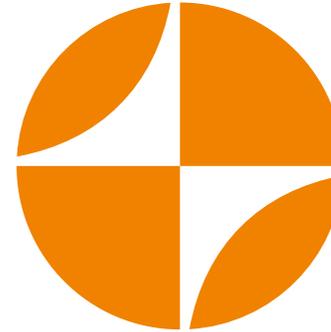
## Símbolo y Marca

La identificación gráfica básica de Hunter Douglas, a la que le llamamos “logo”, está compuesta de dos elementos básicos: el símbolo y la marca. Estos dos han sido diseñados para proveer una memorable forma de representar a Hunter Douglas en todas las formas de comunicación. El apropiado uso de este símbolo se describe en las páginas siguientes.

Utilice siempre el arte original que ha sido aprobado.

### Símbolo

El símbolo distintivo de Hunter Douglas, proviene de la idea del control de luz, el atributo principal de muchos de nuestros productos. También sugiere las cualidades centrales del diseño de nuestra gama de negocio, innovación y una moderna perspectiva del futuro.



### Marca

La marca Hunter Douglas está conструиada con base en la tipografía Universe 67 Bold Condensed. El espacio entre las letras ha sido ajustado para una mejor presentación y no deberá de ser alterado. Por esta razón, no intente recrearla.

# HunterDouglas

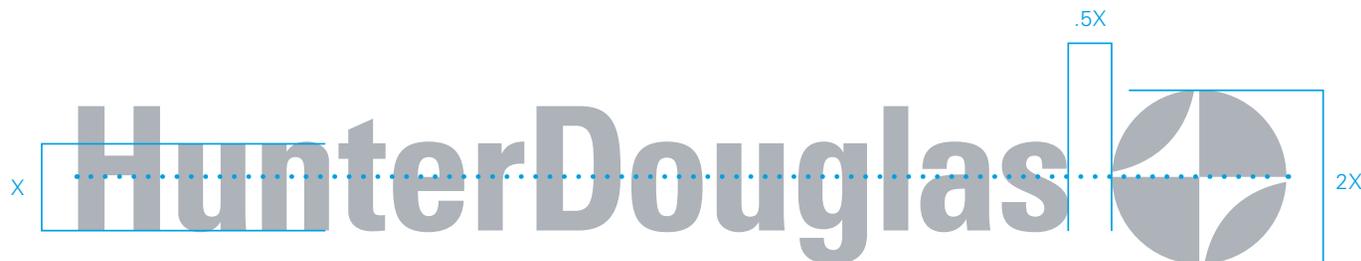
HunterDouglas

## Versión principal del Logo

El logo es la combinación del símbolo y la marca de Hunter Douglas en una composición horizontal. Esta versión principal debe ser utilizada siempre que sea posible. El símbolo siempre aparece del lado derecho a la marca, logrando un balance con la fuerza de la "H" dentro de la marca.

Utilice siempre el arte original que ha sido aprobado.

**HunterDouglas** 



## Área de restricción y Tamaño mínimo

El logo de Hunter Douglas debe ser utilizado visible y claramente para maximizar su impacto. Permitiendo que el logo respire al preservar un área de restricción alrededor de sus cuatro lados. Los diagramas en gris en la parte inferior muestran, el área de restricción que debe considerarse con respecto a otros elementos. El logo también debe ser utilizado por arriba de un tamaño mínimo para evitar que no sea legible y su errónea impresión. Cuando se imprime el logo en materiales tales como piel, plástico o metal el tamaño mínimo debe considerarse cuidadosamente debido a las diferencias en los métodos de impresión.

### Área de restricción

El área de restricción es igual a "X" (marcado en los diagramas mostrados a la derecha) específicamente para cada versión del logo. Los logos deben forzosamente estar libres en las áreas marcadas. Utilice el área de restricción entre el logo y cualquier otro elemento gráfico tales como tipografías, imágenes, u otros logos para asegurarse que el logo de Hunter Douglas mantenga una fuerte presencia siempre que aparezca.



### Tamaño mínimo

En condiciones típicas de impresión, el logo nunca debe imprimirse más chico de 3.175 cms de ancho para el logo principal y 1.905 cms para las versiones del logo vertical.

Para web o monitores, debido al pixeleo, el ancho mínimo para el logo horizontal es de 150 pixeles, y 115 pixeles para las versiones verticales.

HunterDouglas 

3.175 cms / 135px

## Usos incorrectos del logo

Para un máximo impacto y una consistencia integral, es importante proteger la integridad del logo de Hunter Douglas. Reproduzca siempre el logo a partir del archivo original sin alguna distorsión. En la parte inferior se muestran ejemplos de como no se debe aplicar.

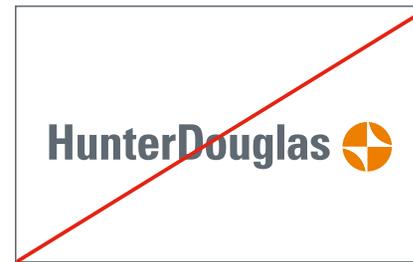
Los ejemplos mostrados aplican para todas las versiones del logo Hunter Douglas.



No estirar o distorsionar.



No convertirlo a línea de contorno.



No rotar o invertir el símbolo.



No insertar imágenes adentro del logo.



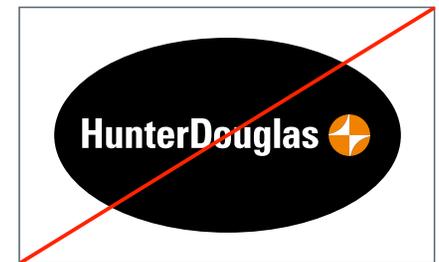
No cambiar el orden o el tamaño de los elementos del logo.



No cambiar la tipografía al logo.



No agregar otras palabras al logo.



No color el logo adentro de otra forma.



No rellenar el símbolo con otro color.



No cambiar los colores del logo.



No agregar un gradiente y difuminado.



No agregar luces o efectos 3D en impresos.  
(para uso en motion graphics y video puede ser sujeto a su aprobación)

## Colores del logo

El uso del color es un elemento primordial en la identidad visual de Hunter Douglas. Los colores principales del logo son el anaranjado, gris y blanco especialmente seleccionados. Esto compone los colores del símbolo y la marca deben ser utilizados siempre que sea posible.

Pantone® spot colors, al igual que los colores en cuatricromía (CMYK), están especificados para impresión. Los valores RGB son para uso en monitores y aplicaciones web, y se proporcionan para una constante apariencia entre los diferentes medios.



### Versión principal de color

La versión principal de color debe utilizarse siempre que sea posible. Cuando se presenten fondos blancos o con colores claros, el nombre de marca se utiliza en el gris HD. Cuando se presenten fondos negros o con colores oscuros, el nombre de marca puede utilizar en color blanco. El espacio negativo dentro del símbolo siempre debe permanecer en color blanco en la versión principal de color.

### Versión secundaria de color

Cuando no sea posible utilizar la versión principal de color del logo por el color de fondo, el material, o el tipo de impresión, el logo se puede utilizar en un solo color sólido, todo en blanco o todo en negro. En ambos casos, el espacio negativo dentro del símbolo se elimina para quedar libre y dejar ver a través el fondo.

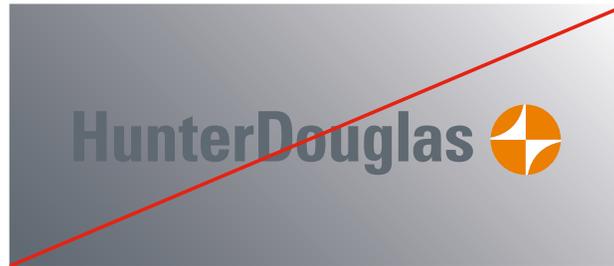


## Usos incorrectos de color e imágenes

Para un impacto máximo y una consistencia total, es importante proteger la integración del logo de Hunter Douglas. Reproduzca siempre el logo a partir del archivo original sin alguna distorsión. Se muestran ejemplos en la parte inferior de como no se debe utilizar. Los ejemplos mostrados aplican para todas las versiones del logo Hunter Douglas.



No utilice la versión principal de color si no existe un buen contraste.



No utilice el logo sobre un gradiente sino existe un buen contraste.



No agregue una envoltente o forma por detrás del logo.



No utilice la versión principal de color sobre una imagen sino existe un buen contraste.



No coloque el logo sobre áreas saturadas de la imagen.



No utilices el logo con transparencia.



Evite colocar el logo directamente sobre el producto.  
(especialmente cuando existen otras áreas adecuadas donde poder colocarlo)



No utilice el logo sobre una textura o patrón saturado.

## Tipografía principal

Utilizar de manera consistente una familia tipográfica refuerza visualmente la identidad de Hunter Douglas. La tipografía principal es Univers y debe ser utilizada en toda la comunicación de Hunter Douglas. Se muestran los tamaños y estilos que deben ser utilizados.

# Univers

---

### Usos:

Nombre de productos, Encabezados, Títulos

El ancho de las letras siempre se debe escalar horizontalmente un 90%.

Univers 45 Light (90% Horizontal Scale)  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789 !@#\$%^&?\*()

---

### Usos:

Cuerpo de texto, pies de foto

Univers 45 Light  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789 !@#\$%^&?\*()

# Papelería

El departamento de Mercadotecnia de HunterDouglas te ayuda a desarrollar tu papelería básica.

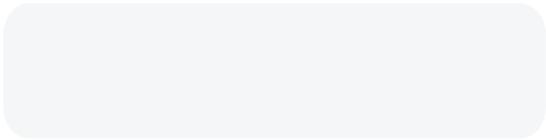
**HunterDouglas** 

**Mario García**  
Coordinador de Mercadotecnia

T 2169 0069, ext. 0069  
F 727.803.1234  
mgarcia@hdlao.com

Gustavo Baz #166  
Col. La escuela, C.P. 54090  
Tlalnepantla, Edo. de México

**HunterDouglas** 



**Corporativo**  
Gustavo Baz #166  
Col. La escuela, C.P. 54090  
Tlalnepantla, Edo. de México

T 2169 0000  
F 845.664.1234  
hunterdouglas.com.mx

**HunterDouglas** 

Fecha

Puesto  
Compañía  
Dirección  
Ciudad, Código Postal

Salutation:

This letter demonstrates the recommended typing format for all correspondence and is an integral part of the letterhead design.

The date is top-aligned at 2.5 inches from the top edge of the page and 1.25 inches from the left, setting the margin for the entire letter. The addressee's name is positioned flush left, one space below the date. Title, company name, etc. are positioned flush left under the addressee's name. The salutation appears three spaces below the address.

The body of the letter begins two spaces below the salutation, using single spacing between lines and double spacing between paragraphs. There are no indentations. The maximum line length should not exceed 5.75 inches.

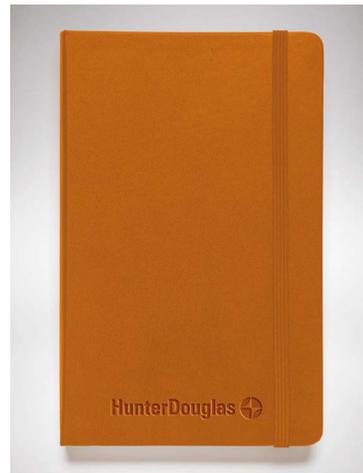
A double space separates the body of the letter from the complimentary close, with four spaces to the name of the sender and the title.

Complimentary close,



Name of sender  
Title

## Aplicaciones del logotipo



## Formato de solicitud de diseño

**IMPORTANTE:** Te recordamos que todos los materiales que desees deberán ser desarrollados por el área de Mercadotecnia, ya que los materiales que no estén previamente autorizados y que no cumplan con las especificaciones indicadas por Hunter Douglas no tendrán derecho al apoyo de publicidad cooperada.

Lo único que tienes que hacer es llenar tu formato de solicitud de diseño y Hunter Douglas te enviará tu diseño.

**IMPORTANTE:** Hunter Douglas de México cuenta con un departamento especializado en la elaboración de materiales y propuestas, nosotros desarrollaremos para ti cualquier material como:

- Folletos
- Anuncios de revista
- Sección amarilla-Directorios zonales
- Volantes-Flyers
- Póster
- Espectaculares
- Fachadas
- Camionetas-Unidades de carga
- Promociones básicos
- Papelería básica
- Promocionales Textiles

Sólo contacta a tu Asesor Comercial, sigue el procedimiento y con gusto te asesoraremos para lograr un buen uso y aplicación de la marca en cualquier material que necesites.

**IMPORTANTE:** Hunter Douglas de México y las marcas de sus productos son propiedad intelectual de Hunter Douglas de México y están protegidas por ley.

**HunterDouglas** 